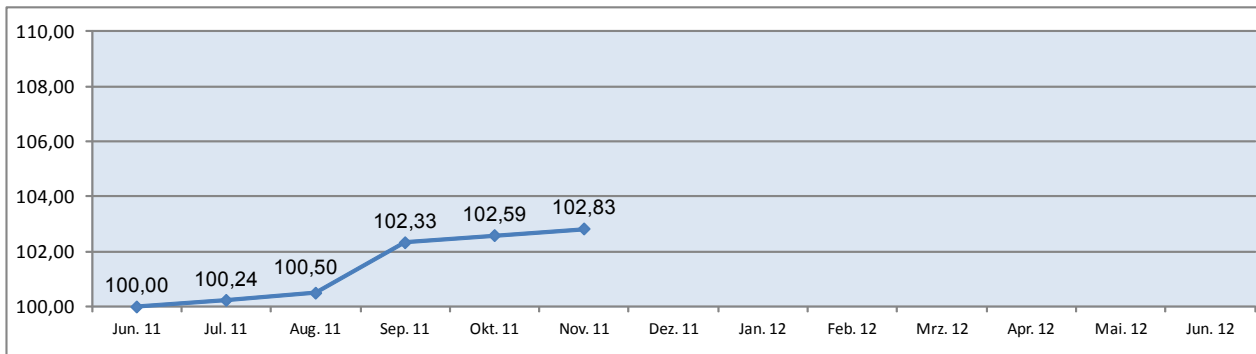
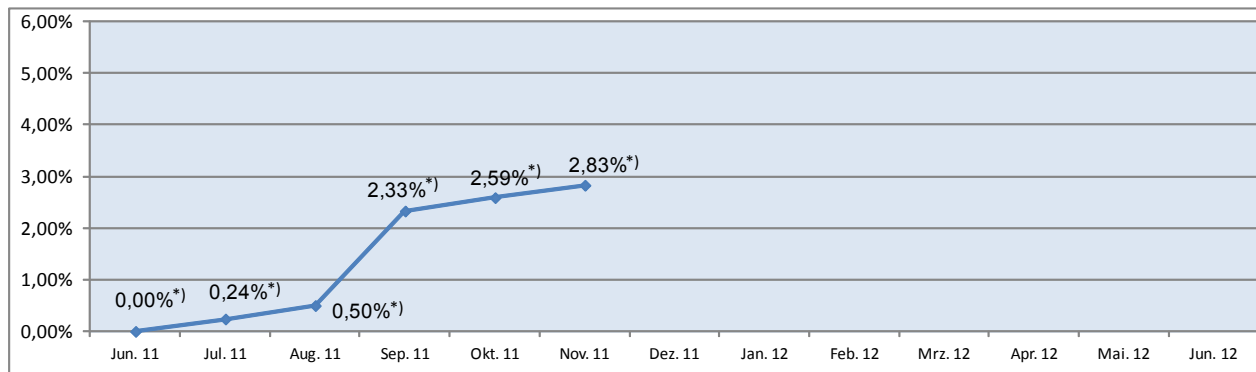




Entwicklung des Anteilpreises (EUR)



Entwicklung der BVI-Rendite (p.a.)



*) BVI-Rendite seit Auflegung gerechnet.

Thema des Monats

Einzelhandel vernachlässigt „Best Ager“

In Deutschland sind fast vier von zehn Einwohnern zwischen 45 und 69 Jahre alt. Eine Zielgruppe vom insgesamt knapp 25 Millionen lukrativer potenzieller Kunden.

Best Ager investieren ihr Geld in ihre Hobbys und ein angenehmes Leben. Sie werden in ihren Einstellungen zunehmend jünger, achten auf ein gepflegtes Äußeres und sind in allen gesellschaftlichen Milieus vertreten. Neben altersrelevanten Themen wie beispielsweise Gesundheit oder Brillen, interessieren sie sich für Freizeitgestaltung, den Garten und für die Dinge des häuslichen Gebrauchs. Best Ager sind kritische Konsumenten, sie fordern ein hohes Maß an Information und eine individuelle Ansprache.

Schon in 15 Jahren wird die Generation der über 50-Jährigen die stärkste und dabei zugleich die kaufkräftigste Bevölkerungsgruppe in Deutschland darstellen.

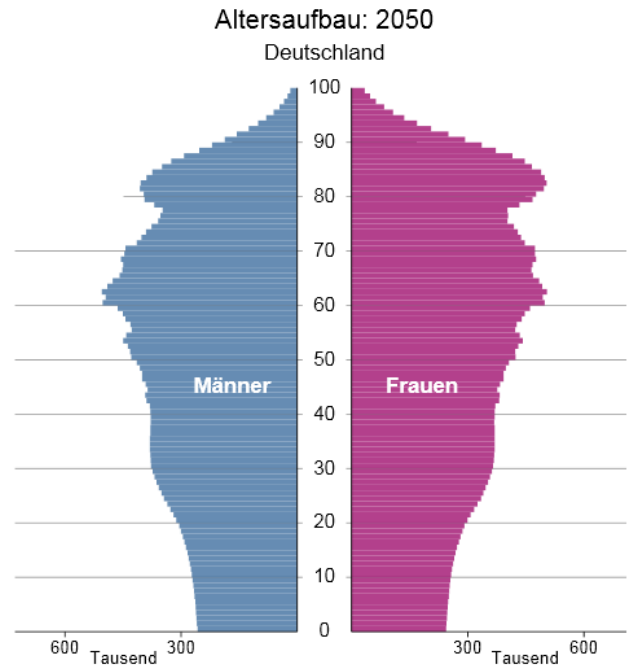
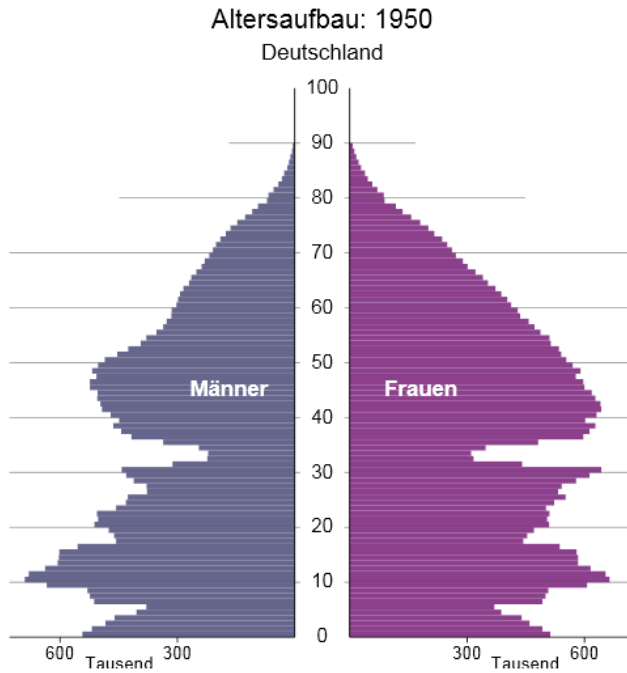
Aus demographischer Sicht wird die Bedeutung der Seniorengeneration für den Einzelhandel wachsen. Ihre relativ große und steigende Anzahl, die wirtschaftlich hohe Kaufkraft, ein ausgeprägtes Konsumverhalten und die relativ hohe Lebenserwartung sind signifikante Faktoren, die den Einzelhandel grundlegend prägen werden.

Trotz der klaren Zukunftsprognose zeigt der demographische Wandel im Allgemeinen erstaunlich wenig Auswirkungen auf das unternehmerische Handeln. In den meisten Konsumgütersegmenten sind Produkte und Angebote für die ältere Generation (noch) die Ausnahme. Derzeit planen lediglich 31 Prozent der Unternehmen, die „reifen Zielgruppen“ in ihrer Produktpolitik zu berücksichtigen, wobei hierzu am ehesten Versicherungen mit 72 Prozent und Banken mit 53 Prozent bereit sind.

Dass die Einzelhändler und Konsumgüterhersteller es bisher nicht schaffen, die speziellen Bedürfnisse älterer Menschen umfassend zu erfüllen, geht aus einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung A.T. Kearney hervor.

Mieter mit der höchsten Miete (TOP 3)

Rang	Mieter	Monatli. Miete EUR
1	Fred Perry	14.017
2	Buffalo Boots	10.679
3	BerlinApotheke	7.102
SUMME		31.798



Fotos: Demographische Entwicklung
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis.de)

Diese hatte 3000 Personen über 60 Jahren in 23 Ländern weltweit nach ihren Wünschen und Ansprüchen an Handel und Hersteller befragt. Hierbei zeigte sich, dass ältere Kunden großen Wert auf Qualität der Produkte und Dienstleistungen legen, während der Großteil der Einzelhändler günstige Preise und schnelle Bedienung als kaufentscheidend ansehen würden.

Paradox: Die Wirtschaft lebt davon, kaufkräftige Kundenschaft als Kunden zu gewinnen. Diese ist im Kreis der Jungen immer schwieriger zu finden, denn die größte Kaufkraft findet sich bei den Senioren. Doch die deutsche Wirtschaft stellt sich nur zögerlich auf die älter werdenden Verbraucher ein.

"Alte Menschen werden heute nicht als vollwertige Konsumenten gesehen", erläutert Norbert Reidl, Gründer und Inhaber der Agentur für Generationen-Marketing in Nürnberg.

Das könnte sich für viele Unternehmen als fataler Fehler erweisen. Schließlich sind die auch gern als Best Ager bezeichneten älteren Konsumenten äußerst zahlungskraftig. In diesem Jahr verfügt jeder Deutsche über 65 Jahren nach Angaben des Marktforschungsinstituts GfK über eine Kaufkraft von rund 20.000 Euro pro Jahr, während der Durchschnitt lediglich bei etwa 18.000 Euro

liegt. 2005 entfiel auf die über 60-Jährigen insgesamt über 400 Milliarden Euro Einkommen. Das ist knapp ein Drittel der gesamten deutschen Kaufkraft.

Zudem nimmt die Zahl älterer Menschen in Deutschland stetig zu. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes waren 2005 rund 20,5 Millionen Menschen und damit jeder vierte Bundesbürger über 60 Jahre. 2020 könnten es Schätzungen der Behörde zufolge bereits 24,5 Millionen sein. Wegen der insgesamt rückläufigen Bevölkerung werde der Anteil dann bereits bei 31 Prozent liegen. 2050 werde die Zahl voraussichtlich weiter auf 27,8 Millionen steigen, was einem Bevölkerungsanteil von 40 Prozent entspricht.

Patricia Schweiger, M.A.

Übersicht der Liegenschaften (Stand: 30.11.2011)

Rang	Ort	Straße	Aktueller Verkehrswert EUR
			(laut Gutachten)
1	Berlin	Neue Schönhauser Straße 10	14.250.000
SUMME			14.250.000

Fondsdaten zum Stichtag

	Vormonat 31.10.2011	Aktuell 30.11.2011
Fondsvermögen	16.210.814 €	16.339.550 €
Immobilienquote	87,9%	87,2%
BVI-Rendite seit Auflegung	2,59%	2,83%
Anteilpreis/Rücknahmepreis	102,59 €	102,83 €